自媒体行业的现状分析与发展趋势思考

摘　要：时代的进步和信息的发展极大地改变了媒体行业的传播方式和传播途径。本文从实际生活入手，分析了自媒体行业的现状，然后运用 SWOT 分析方法分析了自媒体行业的优势、劣势、机会及困境。希望通过对自媒体行业的分析最大限度发掘自媒体传播信息的功能。

关键词：自媒体；现状分析；发展趋势

中图分类号：G203　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-031-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.008

文 / 何憬怡

1. 自媒体的概念

自媒体又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、广泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。传统媒体行业是由专业媒体机构所主导的，有着相对的官方性与专业性，人们只能单向地接收信息，例如在电视里看新闻，广播里听调频，“看”与“听”是“有去无回”的。但在自媒体行业中，人们可以随时对时事发表自己看法，像微博底下的评论，微信公众号的留言等等，接收后给予一定反馈和互动。

2. 自媒体行业现状

现如今，人们对信息的接收不再满足于以往的单向接受状态，希望参与到一些社会热点事件、政策的讨论中，双向信息传播的自媒体也由此开始流行。微信、微博、今日头条等自媒体在近几年快速发展并且趋于移动端化，使得自媒体的传播变得更加快捷便携。而随着互联网的发展，自媒体的载体也从以往的文字类向直播、短视频等形式发展，形成自媒体“双向化”“去中心化”和“多元化”的格局。

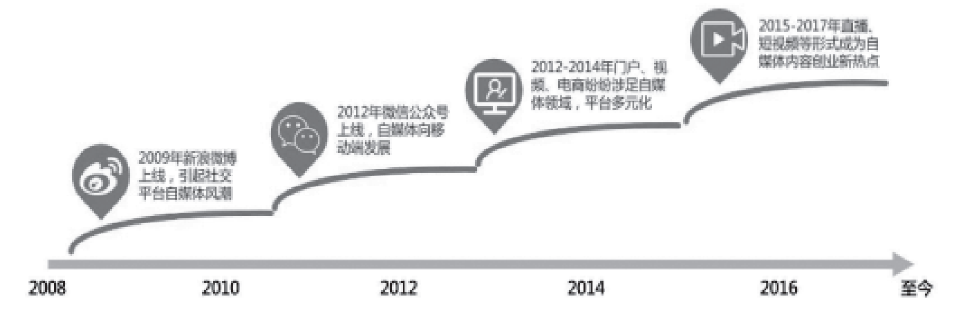


图 1　国内自媒体发展历程概述

3. 自媒体行业的 SWOT 分析

下面我们使用 SWOT 分析法，即从自媒体行业的优势、劣势、机会以及困境四个角度分析自媒体行业。

3.1 优势

3.1.1 更“亲民”

电视、报纸等传统媒体需要多向专业性的知识更多，无疑是一个“高门槛”的行业。而自媒体的出现大大降低了媒体传播的“门槛”高度，每个人都可以利用互联网来表达自己的观点，让“旁观者”转变成为“当事人”。各行各业都可创建自己的自媒体。

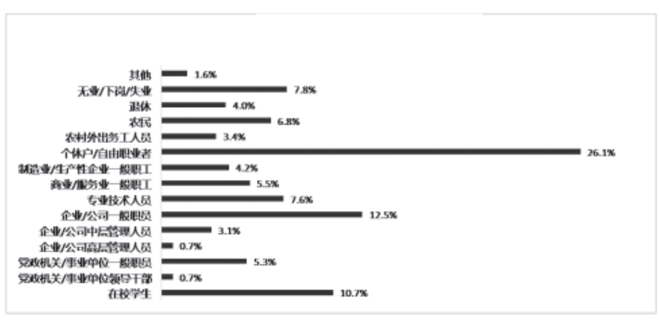


图 2　互联网新闻用户职业结构

同时每个人都能在自媒体平台上随时看到别人发表的文章、图片、视频、音频等。不同类型的素材能符合不同人的爱好，使得人们之间的社交网络变得更广。此外，在看报纸时若想在杂乱无章的文字中快速找到自己感兴趣的内容，是十分繁琐的。但在浏览自媒体时，像微信公众号，能够很容易地搜索到想要的内容，并且可以收藏保存，更为人性化。

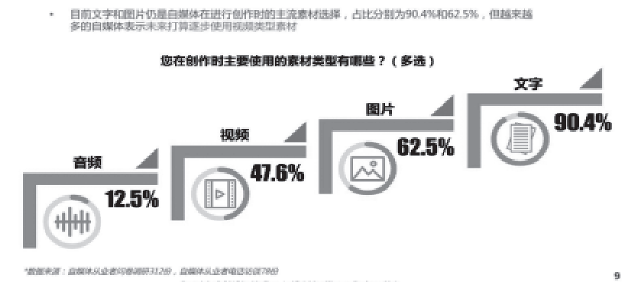


图 3　自媒体素材搜集类型

3.1.2 传播快

某个事件一出，自媒体者便可以快速分析，比起新闻联播的定时定点播报更为快速。“即时性”在微信，微博上体现更明显，数学上的“六度空间理论”——任意两个陌生人之间最多通过六个中间人就能相互认识，朋友圈、微博里的相互转发使得关注人数越来越多。信息传播速度比起官方媒体的单一分析、单一平台发表要快得多。

3.1.3 内容专业

由于国内行业众多，专业性较强，传统媒体人在报道相关行业消息的时候，如果不具备一定的专业知识会使得传播内容出现较大的偏差。自媒体背景多元化，平台上具有较多的行业内部从业人士，其经验和知识结构都比媒体记者更强，由他们传播、讨论的内容也会变得更加专业。

3. 2 劣势

3.2.1 可信度低

网络自媒体的数量庞大，其隐匿性给了网民随心所欲的空间，有的自媒体过分追求点击率而忽略了新闻的真实性，例如“UC 震惊部”等。这些“标题党”降低自身的道德底线，用夸张、耸动的文章标题来吸引网友。而这种现象会产生“狼来了”的结局，可能会导致大众对自媒体不信任。

3.2.2 法律不规范

尽管现在政府出台了一些网络管理的政策，限制敏感词汇的搜索，但还是会有监管不到的地方。在微信朋友圈中经常会有一些“触目惊心”的词语及视频，如果不是别人举报，也不会存在法律上的制止。所以如何在法律上对自媒体进行规范与引导，迫切需要全社会来共谋良策。

3. 3 机会

3.3.1 国际化

从图表 4 可以看到，海外资讯占比 72.1%。随着生活水平提高，人们对海外资讯的关注越来越高，笔者也在微信上订阅了一对跨国小情侣的公众号，通过他们的视频了解到了一些中西文化的差异，开拓了我生活上的视野。

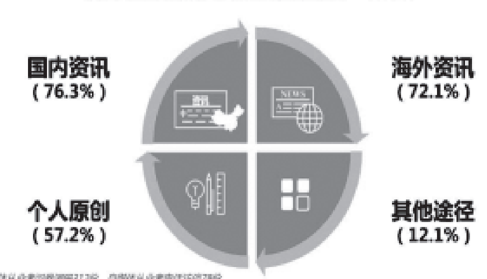


图 4　自媒体搜集素材的来源

3.3.2 智能化

在打开自媒体客户端时，像 QQ 音乐、腾讯新闻，它们会根据你平时所听所看的喜好，相应地推送出你可能感兴趣的内容，在此方面比起传统媒体的大众化，自媒体在未来也能够变得更为智能。

3. 4 威胁

3.4.1 内容

自媒体的内容可持续性差，时效性不高，绝大多数人看完一遍后不会再次关注了。为了适应社会的发展趋势，自媒体需要及时更新热点事件，同时还需进行创新，防止同质化问题严重。

3.4.2 用户

内容问题容易导致用户审美疲劳，但是为了吸引新用户、维持自媒体的活跃度，就会有像上文所说的“标题党”存在，如此以往的恶性循环会让人们对平台失去信任。

3.4.3 平台

自媒体主要是借助平台来快速发展，在单一平台上发展不够迅速，若想多平台快速发展容易涉及到平台的版权问题，这就导致自媒体会被平台限制。更严重的说，若此平台被另一公司占有，很可能导致平台上自媒体“消亡”。

3.4.4 商业模式

自媒体对于商业的发展仅局限于打赏和广告代言，现如今苹果与微信协调不妥，关闭了微信的打赏功能，阻碍了一条“吸金”道路，可见商业模式过于简单，不利于自媒体的长远发展。

5. 总结

通过 SWOT 模型对自媒体的分析研究发现，尽管自媒体的发展存在一定的劣势与困境，所传播的信息有一部分不够规范、严谨，但其优势与机会还是很可观的，使其整体处于一个上升趋势，所以自媒体行业会有一个很不错的发展形势。媒

参考文献

[1] 代玉梅 . 自媒体的传播学解读 [J]. 新闻与传播研究，2011（5）：4-11.

[2] 中国互联网络信息中心 . 第 38 次中国互联网络发展状况统计报告 [J]. 互联网天地， 2016（6）：71-89.

（作者单位：中国人民大学附属中学分校）